



## DESTİNASYON SOSYAL SORUMLULUĞUNUN YEREL HALKIN TURİZM ALGISI VE DESTEĞİ ÜZERİNE ETKİSİ: BEYPAZARI KIRSAL TURİZM ÖRNEĞİ

### THE EFFECT OF DESTINATION'S SOCIAL RESPONSIBILITY ON TOURISM PERCEPTION AND SUPPORT OF LOCAL PEOPLE: THE CASE OF BEYPAZARI RURAL TOURISM

Özgür YAYLA<sup>1</sup>



1. Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Manavgat  
Turizm Fakültesi, ozguryayla@akdeniz.edu.tr,  
<https://orcid.org/0000-0001-7124-9311>

**Makale Türü** Article Type  
Araştırma Makalesi Research Article

**Başvuru Tarihi** Application Date  
22.09.2020 09.22.2020

**Yayına Kabul Tarihi** Admission Date  
28.07.2021 07.28.2021

**DOI**  
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.798326>

#### Öz

Bu araştırma destinasyon sosyal sorumluluğunun, yerel halkın kırsal turizm algısı ve turizme verdikleri destek üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda Ankara Beypazarı destinasyonunda yaşayan 402 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler Smart-PLS programı ile analiz edilmiş ve raporlanmıştır. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, destinasyonda sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gerçekleşmesinin yerel halkın kırsal turizmin etkilerini olumlu yönde algılamalarını sağladığı tespit edilmiştir. Bunun yanında kırsal turizmin olumlu etkileri yöre halkının bölgedeki turizmin gelişimine verdikleri desteği arttırmaktadır. Ayrıca, çalışmada kırsal turizmin olumsuz etkilerine rağmen yerel halkın bölgedeki turizm gelişimini desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak, destinasyon sosyal sorumluluğunun, kırsal turizmin algılanan olumlu etkileri üzerinden bölgedeki turizmin desteklenmesi üzerinde dolaylı etkisi tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda alanyazında çalışan akademisyenlere, sektörde hizmet gösteren işletme yöneticilerine ve destinasyon yönetim örgütlerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon Sosyal Sorumluluğu, Kırsal Turizm, Turizmin Etkileri, Turizm Gelişimini Destekleme, Yerel Halk.

#### Abstract

This study has been carried out in order to determine the effect of destination social responsibility on the local people's perception of rural tourism and the support given to the development of rural tourism. Within the scope of the study, 402 questionnaires have been implemented to the people who have been residing in the district of Beypazarı in Ankara. The data obtained in the study have been analysed and reported using the Smart-PLS program. When the results of the study are evaluated, it has been determined that the realization of social responsibility activities in the destination enabled the local people to perceive the effects of rural tourism positively. In addition, the positive effects of rural tourism increase the local people's support for the development of tourism in the region. What's more, it has been concluded in the study that, despite the negative effects of rural tourism, local people keep supporting the development of tourism in the region. Moreover, it has been found out that the destination social responsibility has an indirect effect on supporting tourism in the region by means of the perceived positive effects of rural tourism. As a result of the study, a number of suggestions have been made for the academicians studying in the literature and the business managers and destination management organizations working in the sector.

**Keywords:** Destination Social Responsibility, Rural Tourism, Tourism Effect, Supporting Tourism Development, Locals.

## **EXTENDED SUMMARY**

### **Research Problem**

When the literature is examined, it can be seen that the researches on social responsibility are generally discussed in the perspective of the businesses. On the other hand, studies examining the social responsibility of the destination are few but increasing. Although there are studies examining the effect of destination social responsibility on tourists, its effect on the tourism perception of local people living in the touristic regions remains uncertain. This situation reveals the existence of an important problem.

### **Research Questions**

Are the strengths or weaknesses of social responsibility activities in the destination effective in the attitudes of local people towards rural tourism? Do the positive or negative effects of rural tourism have a significant effect on local people's support for tourism development? Does the destination social responsibility have an indirect effect on supporting tourism through the perceived positive and negative effects of rural tourism?

### **Literature Review**

Destination social responsibility activities are one of the important premises that determine the positive and negative effects of tourism. Because, destination social responsibility aims to eliminate the negative economic, social and environmental problems of all stakeholders in the destination. Moreover, local people who are living in a touristic destination evaluate the effects of tourism according to whether the destination social responsibility is sufficient. In other words, local people support the development of tourism in the region according to the social responsibility activities implemented in the destination. From this point of view, determining the social responsibility of the destination and how the effects of tourism are perceived by the local people increases the importance. The aim of this research is to examine the impact of destination social responsibility on the local people's perception of rural tourism and the support given to the development of rural tourism in the region. In addition, it is predicted that the positive and negative effects of rural tourism will contribute to the literature and guide decision makers by examining the mediating role of rural tourism.

### **Methodology**

The population of this research is the local people living in Ankara Beypazarı destination. Within the scope of the research, the results of the study were evaluated as a result of the questionnaires obtained from 402 people residing in the rural areas of Beypazarı. The data obtained were transferred to the SPSS package program and percentage and frequency analysis were used. In addition, Smart PLS program was used to test the hypotheses determined within the scope of the research.

### **Results and Conclusions**

One of the most important theoretical contributions of the research is the measurement tool adapted to variables. Because, when the model was evaluated in terms of validity, it was seen that the measurement tool used to measure the relevant variables met the necessary conditions in terms of

validity and reliability. Another important contribution made within the scope of the research can be stated as the effect of destination social responsibility on the local people's perception of the positive effects of rural tourism. On the other hand, it can be said that the negativity in the destination social responsibility has no effect on the negative perception of rural tourism by the local people. Another important finding from the research shows that local people, who believe in the positive effects of rural tourism, support the development of tourism. As a result of the research, it has been determined that, along with the direct effect of destination social responsibility on supporting tourism in the region, it has an indirect effect on the positive perception of the local people towards rural tourism.

## 1. GİRİŞ

İçinde bulunulan yüzyılda, çevresel tahribatın oluşturduğu endişe, iklim değişiklikleri, insan hakları konusunda yaşanan gelişmeler turizm ve seyahat endüstrinde sosyal sorumluluk faaliyetlerinin önemini arttırmıştır (Sheldon ve Park 2011). Sosyal sorumluluk faaliyetleri özünde işletmelerin ya da toplumların yararlarına odaklanmaktadır (Romero, vd. 2020). Destinasyonlarda yürütülen turizm faaliyetleri, o bölgede yer alan işletmeler ve yörede yaşayan insanların olumlu ya da olumsuz şekilde etkilenmesine neden olmaktadır (Ballantyne, Packer ve Sutherland 2011). Turizmin istihdam, kültürel farkındalık, ekonomik kalkınmanın sağlanması gibi olumlu etkilerinin yanında (Gabor ve Oltean 2019), turistlerin endemik bitki türlerine verdikleri zararlar, yaban hayatı yaşam alanlarını rahatsız etmeleri ve çevreyi kirletmeleri gibi olumsuz birtakım etkileri de bulunmaktadır (Su ve Swanson 2017). Turizm gelişiminin çevre üzerindeki bu tür olumsuz etkileri sebebiyle, turizm sektöründeki uygulamalar destinasyon sürdürülebilirliği için hayati öneme sahiptir (Sheldon ve Park 2011).

Literatür incelendiğinde sosyal sorumluluğa ilişkin araştırmaların genel olarak işletmeler perspektifinde ele alındığı görülmektedir (Garcia ve Armas 2007; Lee ve Heo 2009; Park ve Levy 2014; Gursoy vd. 2019). Öte yandan, destinasyonun sosyal sorumluluğunu inceleyen çalışmalar az fakat artan niteliktedir (Su ve Swanson 2017; Su, Huang ve Huang 2018). Destinasyon sosyal sorumluluğu, turistlerin ya da yörede yaşayan sakinlerin algıladığı şekliyle ‘paydaşların sosyal sorumluluk sahibi faaliyetler yürütmelerine yönelik kolektif etkiler’ olarak ifade edilebilir (Su, Huang ve Huang 2018). Bu bağlamda, destinasyon sosyal sorumluluğu destinasyon yönetimi açısından bütünsel bakış açısıyla ele alınması önem arz etmektedir.

Bir turistik destinasyonda yaşayan yerel halk turizmin etkilerini, destinasyon sosyal sorumluluğunun yeterli olup olmamasına göre değerlendirmektedir. Ayrıca, yerel halk söz konusu değişkenlere göre bölgedeki turizmin gelişmesine destek vermektedir. Bu açıdan bakıldığında, destinasyon sosyal sorumluluğu ve turizmin etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını belirlenmesi önemini daha da arttırmaktadır. Zira, destinasyonun başarısı yöre halkının turizme bakış açısı ve turizmi desteklemeleri ile doğru orantılıdır (Sharpley 2014).

Bu araştırmanın amacı destinasyon sosyal sorumluluğunun, yerel halkın kırsal turizm algısı ve bölgedeki kırsal turizmin gelişimine verilen desteğe olan etkisini incelemektir. Ayrıca araştırmada kırsal turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin aracılık rolü de incelenerek alanyazına katkı yapması ve karar alıcılara yol gösterici olması öngörülmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm bir destinasyonda çok fazla etkiye sahip olmasına rağmen bu etkiler genel olarak araştırmalarda ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak gruplandırılmaktadır (Jurowski ve Gursoy 2004; Kim, Uysal ve Sirgy 2013). Kimi araştırmalarda turizmin olumlu etkilerinden söz edilirken

(Lankford ve Howard 1994; Asmelash ve Kumar 2019), bazı araştırmalarda da turizmin olumsuz yönlü etkileri incelenmiştir (Logar 2010; Poitras ve Getz 2006). Turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini belirleyen önemli öncüllerden bir tanesi destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetleridir (Su, Huang ve Pearce 2018). Zira, destinasyon sosyal sorumluluğu destinasyondaki tüm paydaşların olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlarını ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerindeki temel mantık, paydaşlar genel olarak toplumun yararına hareket etmek için ortak bir amaçla birlikte çalışırlarsa destinasyon sürdürülebilirliğinin sağlanabileceği üzerine kurgulanmıştır (Su, Gong ve Huang 2020). Yapılan araştırmalarda destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetleri turistlerin tutum ve davranışlarını etkileyen önemli göstergelerden biri haline gelmesinden dolayı araştırmacılar arasındaki önemi giderek artmaktadır (Su ve Swanson 2017). Örneğin Su ve Huang (2019) destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerinin turistler açısından kritik bir kalite belirleyicisi olduğunu ve turistlerin tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu iddia etmişlerdir. Bununla birlikte turizmin ekonomik (Gabor ve Oltean 2019) ve çevresel (Su ve Swanson 2017) etkileri yöre halkı üzerinde bir takım olumlu ya da olumsuz etkiler oluşturmaktadır (Ballantyne, vd. 2011). Diğer taraftan, destinasyon sosyal sorumluluğunun turistik bölgede yaşayan yerel halkın turizm algısının üzerindeki etkisi belirsizliğini korumaktadır. Destinasyon sosyal sorumluluğunun olumsuz etkileri minimize etme misyonundan dolayı kırsal turizm bölgesinde yaşayan yöre halkının turizmin olumlu ve olumsuz algıları üzerinde etkisi olabileceği söylenebilir. Tüm bu bilgilerden hareketle araştırma hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1: Destinasyonda sosyal sorumluluk faaliyetlerinin güçlü olması, yerel halk arasında kırsal turizme yönelik olumlu algılarının oluşmasında etkilidir.

H2: Destinasyonda sosyal sorumluluk faaliyetlerinin zayıf olması, yerel halk arasında kırsal turizme yönelik olumsuz algılarının oluşmasında etkilidir.

Kırsal alanlar 20. yüzyılın başlarına kadar küçük bir turizm faaliyet alanı olarak görülmesine rağmen (Roberts ve Hall 2001; Sharpley 2004) son zamanlarda turistlerin sıklıkla tercih ettikleri turizm aktivite alanlarını oluşturmaktadır. Bunun sonucunda gelişen kırsal turizm, kırsal alanlardaki doğal kaynaklarda olduğu gibi yörede yaşayan insanlar üzerinde de bir takım çeşitli etkiler oluşturmaktadır (Sharpley 2007). Kırsal turizmin sürdürülebilir bir şekilde yürütülmesi ve kırsal turizmin olumlu etkilerinin varlığı yerel halkın bölgedeki turizmi desteklemesi için önem arz etmektedir. Zira, alanyazında yapılan çalışmaları, yöre halkının turizmin olumlu etkilerini hissettiklerinde turizmin gelişimini destekledikleri, olumsuz etkilerine maruz kaldıklarında ise turizmin gelişimine karşı olumsuz bir tutum sergilediklerine işaret etmektedir (Gursoy ve Rutherford 2004; Nunkoo ve Ramkissoon 2011). Bu bilgiler ışığında yerel halkın turizme desteğine yönelik araştırma hipotezleri aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir.

H3: Kırsal turizmin olumlu etkileri yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeleri üzerinde anlamlı bir etki oluşturmaktadır.

H4: Kırsal turizmin olumsuz etkileri yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeleri üzerinde anlamlı bir etki oluşturmaktadır.

Destinasyon bağlamında, bölgede faaliyet gösteren işletmeler, yerel yönetimler ve diğer kurumlarla birlikte bir bütün olarak toplumun yararına yapmış oldukları faaliyetler yerel halkın bölgedeki turizm gelişimine verecek oldukları destek düzeyini belirlemektedir (Su Huang ve Pearce 2018). Destinasyonda toplum yararına yürütülen faaliyetler olumlu ise yerel halkın bölgedeki turizmin gelişimine destek verecekleri öngörülmektedir. Hu, Tuou ve Liu (2019) destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bölgede yaşayan yöre halkının turizme verecekleri destek üzerinde anlamlı bir etki olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca yazarlar destinasyon aidiyetinin de söz konusu etkiye aracılık ettiğini savunmaktadırlar. Buna bağlı olarak, turizmin algılanan olumlu ya da olumsuz etkileri de söz konusu ilişkide aracı rol oynayabileceği düşünülmektedir. Sonuç olarak, literatürdeki çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada, destinasyon sosyal sorumluluğunun yerel halkın kırsal turizmi algısı üzerinden turizmi destekleme üzerindeki dolaylı etkisi araştırılmıştır. Bu noktada geliştirilen araştırma hipotezleri aşağıdaki şekilde belirtilebilir.

H5: Destinasyon sosyal sorumluluğunun, kırsal turizmin algılanan olumlu etkileri üzerinden turizmin desteklenmesi üzerinde dolaylı etkisi vardır.

H6: Destinasyon sosyal sorumluluğunun, kırsal turizmin algılanan olumsuz etkileri üzerinden turizmin desteklenmesi üzerinde dolaylı etkisi vardır.

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme**

Bu araştırmanın evrenini Ankara Beypazarı destinasyonunda yaşayan yöre halkı oluşturmaktadır. Beypazarı ilçe merkezinde son 10 yılda kültür turizmine yönelik faaliyetler yürütülmektedir. Öte yandan, Beypazarı civarında turizm kapsamında değerlendirilebilecek kırsal turizm alanları olmasına rağmen, halihazırda bu alanlar hak ettiği turisti çekememektedir. 2019 yılı verilerine Beypazarı destinasyonunda 48.371 kişinin yaşadığı tespit edilmiştir (TUİK). Tüm evrene ulaşmanın zaman ve mekan açısından oluşturduğu zorluk nedeniyle evren içinden örneklem alınmıştır. Basit seçkisiz örneklem metodu ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Örnekleme ulaşılabilecek ailelerin belirlenmesinde Beypazarı ilçe merkezi haricinde kırsal alanlardan oluşan mahalleler belirlenmiş ve yerel yönetimden hane sayısı elde edilerek her 5 numarada bir haneye anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Hanede herhangi bir kimseye ulaşılamaması durumunda bir sonraki numaraya geçilmiştir. Araştırma sonuçlarının geneli yansıtılması için her haneden 18 yaşından büyük olma şartı aranarak bir kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma kapsamında Beypazarı kırsal alanlarda ikamet eden

450 kişiden veri elde edilmiş, kayıp ve eksik verilerin çalışma kapsamından çıkarılmasından sonra 402 anket üzerinden çalışma sonuçları değerlendirilmiştir. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılan kişilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Anketin ikinci bölümü ise çalışma kapsamındaki ilgili değişkenlere ait ifadelerden oluşmaktadır.

### **3.2. Ölçeklerin Tasarımı**

Anket ifadelerinde beşli likert yöntemi kullanılarak (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) yerel halkın algıları ölçülmüştür. Destinasyon sosyal sorumluluğuna yönelik belirlenen beş ifade uluslararası literatürde yer alan ilgili temel çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur (Wals ve Bartikowski 2013; Su, Huang, van der Veen ve Chen 2014; Su ve Swanson 2017). Kırsal turizmin olumlu etkisine yönelik dört ifade ve olumsuz etkisini belirlemeye yönelik dört ifade olmak üzere toplam sekiz ifade Gursoy ve Rutherford (2004) ile Nunkoo ve Ramkisson (2011) çalışmalarından uyarlanmıştır. Son olarak turizm gelişimini desteklemeye yönelik geliştirilen dört ifade konu ile ilgili literatürde yer alan farklı çalışmalardan oluşturulmuştur (Oviedo-Garcia, Castellanos-Verdugo, ve Martin-Ruiz 2008; Su ve Swanson 2017).

### **3.3. Pilot Test**

Asıl araştırma verilerini toplamadan önce araştırma sorularının anlaşılabilirliğinin belirlenmesi ve ölçeğin geçerliğinin incelenmesi amacıyla 48 kişi üzerinden pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda anketin geçerliğini değerlendirmek üzere açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve destinasyon sosyal sorumluluğu değişkenindeki iki ifadenin (İşletmeler turizm gelirlerini oluşturmada ve kullanmada başarılıdır, İşletmeler diğer paydaşlarına iyi davranır) faktör yüklerinin 0.50'den düşük olduğu tespit edilmiştir. İlgili ifadeler yeterli faktör yükünü sağlamadığı için (Hair vd. 2005) ölçekten çıkarılarak araştırma anketinin son hali verilmiş ve asıl verilerin toplanması aşamasına geçilmiştir.

### **3.4. Verilerin Analizi**

Elde edilen veriler SPSS paket programına aktararak yüzde ve frekans analizinden faydalanılmıştır. Bununla birlikte, araştırma kapsamında belirlenen hipotezlerin testi için kökeni yol analizine dayanan ve regresyon temelli bir teknik olan Smart PLS programı (Chinomona ve Sandada 2013) ile analizler gerçekleştirilmiştir.

## **4. BULGULAR**

### **4.1. Demografik Profil**

Araştırmaya katılanların %58,7'si erkek %41,3'ü kadındır. %19,9'u 18-25, %27,4'ü 26-34, %24,1'i 35-44, %15,9'u 45-54, %12,7'si 55 yaş ve üstü yaş aralığına sahiptir. Medeni durumları incelendiğinde katılımcıların %47,3'ünün bekar ve %53,7'sinin evli olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %15,2'si ilköğretim mezunu iken, %36,6'sı ortaöğretim, %18,2'si ön lisans, %25,1'i lisans ve %5'i lisansüstü eğitime sahiptir. Bunun yanında katılımcıların %25,9'u 2000 lira ve altı bir

gelire sahipken, %41'i 2001-4000, %21,6'sı 4001-6000, %6'sı 6001-8000, %3,5'i 8001-10000 ve %2'si 10001 lira ve üzeri bir gelire sahip oldukları görülmüştür.

#### 4.2. Modelin Geçerliliği

Modelin geçerliliğini sağlamak üzere yakınsak ve ayrışım geçerlikleri incelenmiştir. Yakınsak geçerlikten (convergent validity) bahsedebilmek için üç kriterin de sağlanabilmesi önemlidir. İlk olarak, faktör yüklerinin her birinin 0,50'den büyük ve istatistiksel olarak anlamlı olması gereklidir (Hair vd. 2005). Çalışma sonuçları değerlendirildiğinde bu değerlerin 0,699 ve 0,972 arasında değiştiği görülmektedir. İkinci olarak her bir yapı için yapı güvenilirliği (composite reliability – CR), rho\_A ve cronbach alpha değerlerinin 0,70'den yüksek olmalıdır (Bagozzi ve Yi 1988). Çalışmada CR değerlerinin minimum 0,866, rho\_A değerlerinin minimum 0,875 ve cronbach alpha değerlerinin ise minimum 0,866 olduğu tespit edilmiştir. Son olarak her bir yapı için ortalama açıklanan varyans (Average variance extracted – AVE) değerinin 0,50'den yüksek olması gerekmektedir. Araştırma sonuçları incelendiğinde söz konusu oran minimum 0,627 olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Ölçüm Modeli Sonuçları

Faktörler/İfadeler	Faktör Yükleri	t-value	R <sup>2</sup>	CR	Rho_A	CA	AVE
<i>Destinasyon Sosyal Sorumluluğu</i>			-	0,870	0,892	0,866	0,695
İşletmeler faaliyetlerinde çevreye karşı sorumludur.	0,972	4,771*					
İşletmeler faaliyetlerinde yerel topluma fayda sağlar	0,807	4,772*					
İşletmeler tüm yasal yükümlülüklerine uyarak etik davranır.	0,699	3,397*					
<i>Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri</i>			0,03	0,881	0,883	0,880	0,650
Kırsal turizm yöre halkı için daha fazla iş imkanı sağlamaktadır.	0,739	18,693*					
Kırsal turizm bölgeye daha çok yatırımın gelmesi için bir fırsattır.	0,826	31,105*					
Yöre halkının yaşam standartları kırsal turizm sebebiyle artacaktır.	0,848	30,770*					
Turizm bölgedeki altyapı olanaklarını artırır.	0,807	30,145*					
<i>Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri</i>			0,00	0,870	0,875	0,868	0,627
Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte yöre halkı turizm destinasyonunda yaşamaktan mutsuz olurlar.	0,723	15,172*					
Kırsal turizmin bölgede gelişmesi trafik ve çevre sorunlarına neden olur.	0,755	15,631*					
Kırsal turizmin gelişmesi bölgede yaşam pahalılığını artırır.	0,887	26,018*					
Kırsal turizmin gelişmesi ile birlikte bölgedeki suç oranları artar.	0,792	23,414*					
<i>Turizmi Destekleme</i>			0,674	0,923	0,924	0,923	0,750
Kırsal turizmin bölgede geliştirilmesi teşvik edilmelidir.	0,908	36,828*					
Kırsal turizmin bölgede gelişimini destekliyorum.	0,871	52,265*					
Yerel yönetimler kırsal turizmin geliştirilmesine destek vermelidir.	0,850	37,400*					
Kırsal turizmin bölgede önemli bir rol üstlendiğini görmek isterim.	0,832	36,642*					

\*p < 0,001



Ayrışım geçerliliğinde (Discriminant validity) ise örtük değişkenlere ait AVE değerlerinin karakökünün ayırt edici geçerlik için kullanılabileceği, bir diğer ifade ile karakök değerlerinin örtük değişkenlerin kendi aralarındaki korelasyon değerlerinden daha büyük olması gerektiği belirtilmektedir (Fornell ve Larcker 1981). Tablo 2’de ele alınan modelin ayırt edici geçerlilikleri sunulmuştur. Tablo sonuçları değerlendirildiğinde Fornell ve Larcker kriterlerinin sağlandığı görülmektedir.

**Tablo 2.** Ayrışım Geçerliliği Sonuçları (Fornell Larcker Kriteri)

Faktör	1	2	3	4
1. Destinasyon Sosyal Sorumluluğu	0,834 <sup>a</sup>			
2.Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri	0,174	0,806 <sup>a</sup>		
3. Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri	0,019	0,658	0,792 <sup>a</sup>	
4. Turizm Gelişimini Destekleme	0,088	0,798	0,677	0,866 <sup>a</sup>

<sup>a</sup>AVE değerinin karakökü

Ayrışım geçerliği kapsamında Fornell ve Larcker kriterlerine ek olarak HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) kriterlerine de yer verilmiştir. Zira, Henseler ve Ringle (2009), araştırma kapsamında incelenen tüm değişkenlere ait ifadelerin korelasyon ortalamalarının, aynı değişkene ait ifade korelasyonlarının geometrik ortalamalarına oranlarının 0,85 ve altında bir değer olması gerektiğini iddia etmişlerdir. Tablo 3’te HTMT kriterlerine ait değerler yer almakta ve söz konusu değerlerin altında değerlere ulaşıldığı görülmektedir. Sonuç olarak modelin geçerli olduğu söylenebilir.

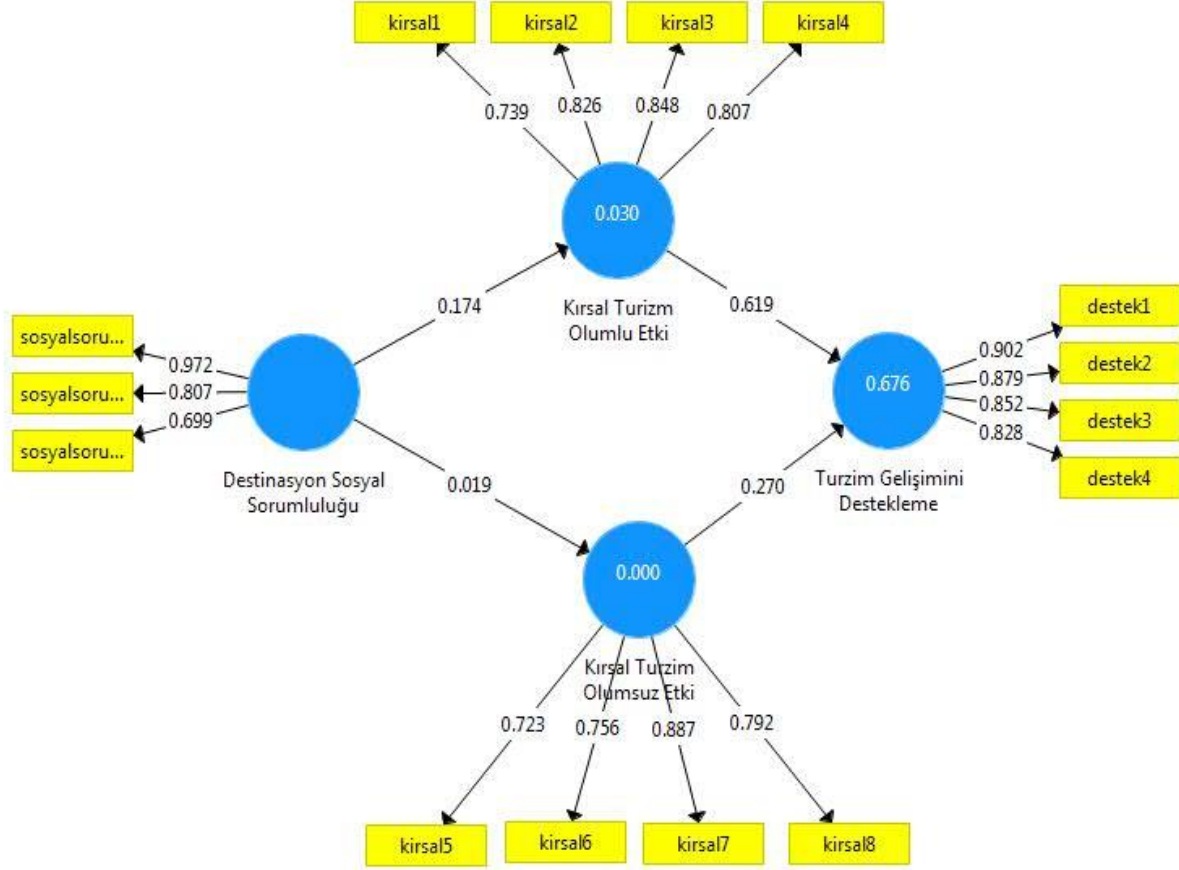
**Tablo 3.** Ayrışım Geçerliliği Sonuçları (HTMT kriteri)

Faktör	1	2	3	4
1. Destinasyon Sosyal Sorumluluğu	-			
2.Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri	0,176	-		
3. Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri	0,048	0,664	-	
4. Turizm Gelişimini Destekleme	0,088	0,796	0,677	-

### 4.3. Path Diyagramı ve Parametre Tahminleri

Smart PLS yazılımından elde edilen sonuçlar Şekil 1 'de yer almaktadır.

Şekil 1. Yapısal Model



Araştırma modeline ilişkin, doğrusalılık, yol katsayıları,  $R^2$  ve etki büyüklüğünü ( $f^2$ ) hesaplamak amacıyla Smart PLS algoritması kullanılmıştır. PLS yol katsayılarının anlamlı olup olmadığını değerlendirmek amacıyla yeniden örnekleme (bootstrapping) ile 5000 alt örneklem olarak t değerleri elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına dair bulgular Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Araştırma Modeli Katsayıları

Değişkenler	Standardize $\beta$	t değeri	p	$R^2$	$f^2$	VIF	Sonuç
DSS $\rightarrow$ KTOLE	0,174	3,340	0,001	0,030	0,030	1,000	Kabul
DSS $\rightarrow$ KTOSE	0,019	0,306	0,760	0,000	0,000	1,000	Ret
KTOLE $\rightarrow$ TGD	0,619	8,740	0,000	0,676	0,670	1,764	Kabul
KTOSE $\rightarrow$ TGD	0,270	3,867	0,000		0,127	1,764	Kabul

DSS: Destinasyon Sosyal Sorumluluğu; KTOLE: Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri; KTOSE: Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri; TGD: Turizm Gelişimini Destekleme

Araştırma sonuçları incelendiğinde destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, kırsal turizmin olumlu etkilerine yönelik algıyı pozitif yönde etkilediği ( $\beta=0,18$ ;  $p<0,001$ ), kırsal turizmin olumlu etkilerinin de bölgedeki turizme verilen destek üzerinde önemli düzeyde etkisi olduğu ( $\beta=0,62$ ;  $p<0,001$ ) tespit edilmiştir. Bununla birlikte kırsal turizmin olumsuz etkilerine rağmen yöre halkının bölgedeki kırsal turizmin gelişimini destekledikleri görülmektedir ( $\beta=0,27$ ;  $p<0,001$ ). Destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, kırsal turizmin olumsuz etkilerine yönelik algı üzerinde ise anlamlı bir etki tespit edilmemiştir ( $p>0,05$ ). Etki büyüklükleri dikkate alındığında turizm gelişimine verilen desteği büyük oranda kırsal turizmin olumlu etkileri açıklamaktadır. Ayrıca, değişkenler arasındaki VIF (Variance Inflation Factor) değerleri incelendiğinde, değerlerin azami değer olan 5'in altında olduğu, sonuç olarak değişkenler arasında doğrusallık probleminin olmadığı söylenebilir (Hair vd. 2005). Yapılan değerlendirme sonucu H1, H3 ve H4 hipotezleri kabul edilirken H2 hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 5.** Dolaylı Etkilere İlişkin Sonuçlar

Değişkenler	Standardize $\beta$	t değeri	p	Sonuç
DSS $\rightarrow$ KTOLE $\rightarrow$ TGD	0,108	3,116	0,002	Kabul
DSS $\rightarrow$ KTOSE $\rightarrow$ TGD	0,005	0,316	0,753	Ret

DSS: Destinasyon Sosyal Sorumluluğu; KTOLE: Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri; KTOSE: Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri; TGD: Turizm Gelişimini Destekleme

Tablo 5'te yer alan değerler incelendiğinde, destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ( $\beta=0,11$ ;  $p<0,05$ ) kırsal turizmin olumlu etkileri üzerinden bölgedeki turizm gelişimine verilen desteği dolaylı olarak etkilediği ve aracılık rolünün kısmi olduğu görülmektedir. Öte yandan, destinasyon sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, kırsal turizmin olumsuz etki algıları aracılığıyla bölgedeki turizm gelişimine verilen desteğe etkisine yönelik geliştirilen hipotezin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ). Sonuç olarak H5 hipotezi kabul edilirken H6 hipotezi reddedilmiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma destinasyon sosyal sorumluluğunun, yerel halkın kırsal turizm algısı ve turizmi destekleme üzerinde etkisini belirlemek amacıyla Ankara Beypazarı örnekleminde 2019 Eylül ve Ekim aylarında anket yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, bir takım önemli teorik ve pratik katkılar sağlamaktadır.

Araştırmanın önemli teorik katkılarından biri değişkenlere yönelik uyarlanan ölçme aracıdır. Zira, model geçerliliği açısından değerlendirildiğinde ilgili değişkenleri ölçmek için kullanılan ölçme aracının geçerlik ve güvenirlik bakımından gerekli koşulları sağladığı görülmüştür. Bu noktada ilerleyen çalışmalarda geliştirilen ölçeğin kullanılması önerilmektedir. Araştırma kapsamında sağlanan bir diğer önemli katkı, destinasyon sosyal sorumluluğunun yerel halkın kırsal turizmin olumlu etkilerini algılaması üzerindeki etkisi olarak belirtilebilir. Destinasyon sosyal sorumluluğunda meydana gelen bir

birimlik olumlu değişimin yerel halkın kırsal turizmin olumlu algılamasını %17 oranında arttırdığı tespit edilmiştir. Öte yandan, destinasyon sosyal sorumluluğundaki olumsuzluğun, kırsal turizmin yerel halk tarafından olumsuz algılanması üzerinde bir etkisinin olmadığı söylenebilir. Literatürde konu ile ilgili yapılan sınırlı sayıdaki çalışmaların sonuçları ile kıyaslandığında ise sonuçların benzerlik gösterdiği görülmüştür. Örneğin, Su vd. (2016)'nin yapmış oldukları çalışmada destinasyon sosyal sorumluluğunun, yerel halkın turizm etkilerini olumlu algılamaları üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, yazarların çalışmalarında, destinasyon sosyal sorumluluğunda meydana gelen bir birimlik artışın yöre halkının toplumsal memnuniyetlerinde %50 oranında olumlu yönde sağladığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Su, Huang ve Pearce (2018) destinasyon sosyal sorumluluğu ile turizm etkilerinin olumlu algılanması arasında doğrudan bir ilişki olduğunu iddia etmişlerdir. Yazarlar çalışmalarında destinasyon sosyal sorumluluğunda meydana gelen bir birimlik değişim turizmin algılanan olumlu etkilerini %45 oranında arttırdığını tespit etmişlerdir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgu destinasyon yönetiminde destinasyon sosyal sorumluluğunun hayati derecede önemli olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, turistik destinasyonlardaki yönetim örgütleri sosyal sorumluluk faaliyetlerini planlamaları arasında öncelikle yer vermeleri ile yerel halkın turizmi olumlu olarak algılamalarını sağlayacaktır.

Araştırmadan elde edilen bir diğer önemli bulguda, kırsal turizmin olumlu etkilerine inanan yerel halkın, turizmin gelişmesini desteklediklerini göstermektedir. Öyle ki, kırsal turizmin olumlu etkilerinde meydana gelen bir birimlik artış yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik verdikleri desteği yaklaşık %62 oranında arttırmaktadır. Bu durum literatürde yapılan benzer çalışmalarla paralellik göstermektedir (Gursoy ve Rutherford 2004; Oviedo-Garcia vd. 2008). Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak, yerel halkın kırsal turizmin olumsuz etkilerine rağmen bölgede turizm gelişimine destek verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kırsal turizmin olumsuz etkilerinde meydana gelen bir birimlik artış yerel halkın bölgedeki turizmin gelişmesine yönelik verdikleri desteği %27 oranında arttırmaktadır. Bu durum, turizmin bölgede oluşturduğu olumlu ekonomik etki ile açıklanabilir. Zira, her ne kadar turizmin olumsuz etkileri olsa da söz konusu olumsuz algılamalara rağmen yöre halkı turizmin gelişimini desteklemektedirler. Ancak turizm gelişimine verilen destek üzerindeki etki büyüklükleri incelendiğinde kırsal turizmin olumlu etkisi turizm gelişimine verilen desteği %67 oranında açıklarken bu durum olumsuz etkilerde %13 oranındadır. Destinasyonun başarısı için yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeleri önemlidir (Nunkoo ve Ramkissoon, 2011). Kırsal turizmin en önemli alternatif turizm türlerinden biri haline geldiği bu dönemde (Sharpley, 2007) destinasyon yönetim örgütleri kırsal turizmin yerel halk tarafından olumlu algılanmasını sağlayacak politikalar belirlemelidir. Örneğin, insan kaynağı dışarıdan getirilmesi yerine turizm hakkında eğitimler verilerek turizmde yöre halkının istihdam edilmesi, turist ve yerel halkı buluşturan festival vb. etkinliklerin düzenlenmesi bölgede yaşayan sakinlerin kırsal turizmi olumlu olarak algılamasını sağlayabilir.

Araştırmada önceki araştırmalardan farklı olarak destinasyon sosyal sorumluluğunun yerel halkın kırsal turizmi algısı üzerinden bölgedeki turizmi destekleme üzerindeki dolaylı etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda destinasyon sosyal sorumluluğunun bölgedeki turizmi destekleme üzerinde doğrudan etkisinin yanında yerel halkın kırsal turizmine yönelik olumlu algısı üzerinden dolaylı etkisi tespit edilmiştir. Bu bağlamda işletme yöneticileri ve destinasyon yönetim örgütlerinin çevreye ve topluma fayda sağlayarak tüm yasal yükümlülüklerini yerine getirmeleri yerel halkın olumlu algısı ve destinasyon başarısı için önem arz etmektedir.

Bu araştırma Ankara Beypazarı destinasyonunda yaşayan yöre halkı ile sınırlandırılmıştır. Gelecek çalışmalarda mevcut bilgi birikiminin artırılması için farklı vakalardan elde edilecek benzer çalışmaların yapılarak sonuçlarının bu çalışma ile kıyaslanması önerilmektedir. Ayrıca bu çalışmada destinasyon sosyal sorumluluğunun yöre halkının kırsal turizm algısı ve turizme verilen destek üzerine etkisi incelenmiştir. Bunun yanında destinasyon sosyal sorumluluğu gelecek çalışmalarda bölgeye gelen turist davranışı perspektifinden incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Asmelash, A. G., ve Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigrai, Ethiopia, *Heliyon*, 5 (3), 1-31.
- Ballantyne, R., Packer, J., ve Sutherland, L. A. (2011). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32 (4), 770-779.
- Bagozzi, R. P., ve Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal Of The Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.
- Chinomona, R., ve Sandada, M. (2013). The influence of market related activities on the acceptance of mobile marketing and consumer intention to purchase products promoted by SMS in South Africa, *The Journal of Applied Business Research*, 29 (6), 1897-1908.
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gabor, M. N., ve Oltean, F. D. (2019). Babymoon tourism between emotional well-being service for medical tourism and niche tourism. Development and awareness on Romanian educated women, *Tourism Management*, 70, 170-175.
- García, R., ve Armas, C. (2007). Relation Between social-environmental responsibility and performance in hotel firms. *International Journal of Hospitality Management*, 26 (4), 824-839.
- Gursoy, D., ve Rutherford, D. (2004). Host Attitudes toward tourism: An improved structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 31 (3) 495-516.
- Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., ve Çalışkan, C. (2019). Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 117-128.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. L. (2005). *Multivariate data analysis (6th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.

- Henseler, J., ve Ringle, C.M. (2009). The use of partial least squares path modeling, in international marketing, *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Hu, B., Tuou, Y., ve Liu, J. (2019). How does destination social responsibility impact residents' pro-tourism behaviors? The mediating role of place attachment, *Sustainability*, 11 (12), 1-14.
- Jurowski, C., ve Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31 (2), 296-312.
- Kim, K., Uysal, M., ve Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism Management*, 36, 527-540.
- Lankford, S. V., ve Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21, 121-139.
- Lee, S., ve Heo, C. Y. (2009). Corporate social responsibility and customer satisfaction among US publicly traded hotels and restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (4), 635-637.
- Logar, I. (2010). Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments. *Tourism Management*, 31, 125-135.
- Nunkoo, R., ve Ramkissoon, H. (2011). Residents' satisfaction with community attributes and support for tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35, 171-190.
- Oviedo-Garcia, M., A., Castellanos-Verdugo M., ve Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10, 95-109.
- Park, S. Y., ve Levy, S. E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel frontline employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26 (3), 332-348.
- Poitras, L., ve Getz, D. (2006). Sustainable wine tourism: The host community perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (5), 425-448.
- Roberts, L., ve Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*. Wallingford: CABI.
- Romero, J. M. M. Mogollon, J. M. H., Cerro, A. M. C., ve Fernandez, J. A. F. (2020). Corporate Social responsibility in hotels: A proposal of a measurement of its performance through marketing variables. *Sustainability*, 12, 2-15.
- Sharpley, R. (2004) *Tourism and the countryside*. In A. Lew, C.M. Hall and A. Williams (eds) *A Companion to Tourism* (374-86). Oxford: Blackwell.
- Sharpley, R. (2007) Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The Case of the Alnwick Garden, England, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (2), 125-143.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Sheldon, P. J., ve Park, S. Y. (2011). An exploratory study of corporate social responsibility in the U.S. travel industry. *Journal of Travel Research*, 50, 392-407.
- Su, L., Huang, S., van der Veen, R., ve Chen, X. (2014). Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, Customer emotions and behavioral intentions: A structural equation modeling analysis. *Journal of China Tourism Research*, 10(4), 511-520.
- Su, L., Wang, L., Law, R., Chen, X., ve Fong, D., (2016). Influences of destination social responsibility on the relationship quality with residents and destination economic performance. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34, 488-502.

- Su, L., ve Swanson, S. R. (2017). The effect of destination social responsibility on tourist environmentally responsible behavior: Compared analysis of first-time and repeat tourists. *Tourism Management*, 60, 308-321.
- Su, L., Huang, S., ve Huang, J., (2018). Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 42, 1039–1057.
- Su, L., Huang, S., ve Pearce, J., (2018). How does destination social responsibility contribute to environmentally responsible behaviour? a destination resident perspective. *Journal of Business Research*, 86, 179–189
- Su, L., ve Huang, Y., (2019). How does perceived destination social responsibility impact revisit intentions: The mediating roles of destination preference and relationship quality. *Sustainability*, 11 (1), 133.
- Su, L., Gong, Q., ve Huang, Y. (2020). How do destination social responsibility strategies affect tourists' intention to visit? An attribution theory perspective, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 1-12.
- TUİK (2020). [https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr\\_adresinden](https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr_adresinden) alınmıştır (Ziyaret tarihi: 14.08.2019).
- Walsh, G., ve Bartikowski, B. (2013). Exploring corporate ability and social responsibility associations as antecedents of customer satisfaction cross-culturally. *Journal of Business Research*, 66(8), 989-995.